

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah menghasilkan perubahan signifikan dalam cara kita berkomunikasi. Kemudahan akses internet dan berbagai platform media sosial yang tersedia memungkinkan siapa pun yang memiliki perangkat elektronik terhubung ke internet untuk berkomunikasi dengan efektif. Media sosial telah menjadi salah satu bentuk layanan yang sangat populer di internet, memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang-orang dari seluruh dunia secara instan dan efisien. Dalam era digital ini, jarak bukan lagi menjadi kendala dalam berkomunikasi, sehingga informasi dan pesan dapat dengan cepat dan mudah disebarluaskan ke seluruh dunia. Hal ini menjadikan internet semakin kuat sebagai media komunikasi baru yang telah mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain¹.

Media sosial saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan aksesibilitas yang semakin mudah telah membuat media sosial menjadi platform yang populer bagi jutaan orang di seluruh dunia. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn

¹ Anggreani, M. D., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Ruang Publik Virtual Sebagai Pintu Komunikasi Government To Citizen (Studi Kasus: Perbandingan Media Sosial Pemerintah Kota Yogyakarta dan Surabaya). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 203-220.

memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri secara online². Salah satu fitur yang paling menarik dari media sosial adalah kemampuannya dalam memfasilitasi koneksi sosial yang kuat. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang mungkin tidak mereka temui secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memungkinkan orang untuk membangun jaringan sosial yang lebih besar, memperluas wawasan, dan mendapatkan dukungan dari individu yang mungkin memiliki pengalaman atau minat yang serupa.³

Media sosial kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bekerja sama, dan berbagi informasi dalam bentuk yang virtual. Tak hanya itu, media sosial juga mencerminkan nilai-nilai dan norma sosial yang ada dalam masyarakat dan komunitas. Sebagaimana di dunia nyata, sehingga kesadaran dan tanggung jawab dalam menggunakan media so

sial sangatlah penting untuk menjaga integritas dan etika dalam interaksi online⁴.

²Kusumaningrum, N. A., & Widiarti, P. W. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara “Taman Paseban”. Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(4).

³Hastuti, D. A. S., & Susilowati, E. (2020). Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik. Academic Journal of Da'wa and Communication, 1(1), 40-57

⁴Sura, T. T. (2022). *Pemanfaatan Facebook Pada Dinas Kominfo Kabupaten Lembata Sebagai Media Informasi Masyarakat Demi Meningkatkan Citra Instansi* (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

Di era milenial saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi publik kepada masyarakat. Dalam hal penggalangan dukungan atau pemberitahuan terkait isu-isu publik, media sosial dapat menyampaikan pesan dengan cepat dan efektif, sehingga memperkuat peran demokrasi dalam menyampaikan informasi publik. Sebagai sarana komunikasi yang cepat dan mudah diakses, media sosial juga mendorong partisipasi aktif pengguna dalam memberikan kontribusi dan respon secara terbuka, baik dalam membagikan informasi atau memberikan feedback secara online⁵.

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi publik juga menuntut perubahan regulasi dan tata kelola pemerintahan dari yang konvensional menjadi berbasis digital. Pemerintah perlu melakukan adaptasi untuk menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*) sesuai dengan perkembangan teknologi dan memastikan efisiensi dan efektivitas tata kelola pemerintahan yang baik, dengan memanfaatkan teknologi secara optimal⁶. Dalam konteks ini, media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkuat transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam mengelola informasi publik

⁵ Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik. *Profesi Humas*, 6(2), 286-310.

⁶ Prayogi, D., & Prawijaya, A. (2022). Strategi Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Luwu Timur Dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(2), 115-131.

Pengguna instagram saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan, hal ini menjadikan instagram memiliki peran penting dalam pembentukan sebuah citra lembaga. Citra merupakan sebuah pandangan atau persepsi khalayak, masyarakat terhadap sesuatu, hal ini menjadikan citra sangat dianggap penting bagi instansi atau lembaga terkhusus lembaga pemerintahan. Pengalaman sebuah instansi atau lembaga mampu membentuk citra, baik itu citra positif atau citra negatif yang akan menentukan bagaimana citra dari lembaga tersebut. Citra bukan hanya dilihat dari riwayat pengalaman sebelumnya saja tetapi dapat dilihat dari berbagai media, salah satunya media sosial instagram.⁷ Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tapi pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi⁸. E-sensi tujuan humas di dunia pemerintahan adalah membuat berbagai program pemerintah yang dapat membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Citra sengaja diciptakan Humas dalam dunia

⁷ Citra, R. A. (2021). Pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga: Studi deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

⁸ Putri, D. K. (2022). Pengelolaan media sosial Instagram@ Finansialku_com dalam membangun citra perusahaan: Studi deskriptif pada PT Solusi Finansialku Indonesia (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

pemerintahan dalam bentuk events (kegiatan-kegiatan), kampanye dan program-program.⁹

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Shalsa Adiartin (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka sebagai sarana informasi vaksinasi Covid-19 telah terbukti efektif. Mereka berhasil mengelola media sosial dengan mempublikasikan konten yang bermanfaat, berinteraksi aktif dengan pengikut, dan memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan dan komentar. Dalam penelitian ini, manajemen media sosial Instagram menjadi fokus utama dalam menyampaikan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi masyarakat terkait vaksinasi Covid-19.

Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Prayogi (2022) mengungkapkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur berhasil meningkatkan sarana informasi publik melalui strategi media relations yang efektif. Mereka aktif dalam menyediakan informasi melalui media massa, penyelenggaraan acara, dan kerjasama dengan pihak lain untuk meningkatkan layanan informasi publik. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi media relations dalam menyediakan informasi yang relevan dan terkini kepada masyarakat. Melalui kerja sama dengan media massa, dinas tersebut dapat memastikan informasi yang disampaikan mencapai audiens yang lebih luas.

⁹ Rianawati, Y., & Mulyanti, D. (2022, November). Pemanfaatan Instagram Akun Pppptk Tk Dan Plb Kemdikbud Dalam Membangun Citra Lembaga. In *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik* (Vol. 4, Pp. 129-146).

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman, khususnya melalui akun Instagram @Kominfo_Sleman, sebagai sarana untuk menyebarkan informasi publik dan meningkatkan citra instansi. Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak yang lebih luas dan beragam. Oleh karena itu, penelitian ini melihat bagaimana dinas tersebut memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk mencapai tujuan komunikasi publik mereka.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori "The Circular Model of some" sebagai kerangka teoritis. Teori ini menggambarkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan interaksi antara pengirim pesan, saluran komunikasi, penerima pesan, umpan balik, dan konteks. Dalam konteks Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman, mereka bertindak sebagai pengirim pesan yang ingin menyebarkan informasi publik kepada masyarakat melalui akun Instagram mereka. Saluran komunikasi yang digunakan adalah media sosial Instagram, yang memungkinkan mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Penelitian ini juga menekankan pentingnya interaksi dua arah antara instansi dan masyarakat. Dalam hal ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mendorong masyarakat untuk berinteraksi dengan mereka melalui

komentar, pertanyaan, atau umpan balik lainnya. Mereka memberikan respons yang cepat dan interaktif terhadap pertanyaan dan komentar tersebut, sehingga menciptakan iklim komunikasi yang terbuka dan saling menguntungkan antara instansi dan masyarakat.

Selain itu, penelitian ini juga mencatat bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah seperti Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman sejalan dengan amanat Undang-Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang ini menegaskan hak setiap orang untuk memperoleh informasi publik dengan mudah, cepat, dan tanpa diskriminasi. Dengan memanfaatkan media sosial, instansi pemerintah dapat memenuhi amanat undang-undang ini dengan menyediakan informasi yang akurat, tepat waktu, dan mudah diakses oleh masyarakat.¹⁰

Namun, penggunaan media sosial oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman juga memiliki tantangan dan risiko tersendiri, seperti kecenderungan penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks, serta kemungkinan adanya spamming atau akun palsu yang berpotensi merugikan instansi maupun masyarakat¹¹. Oleh karena itu, dalam penggunaan media

¹⁰ Syarifuddin, T. I., Purnomo, E. P., Budiman, B., & Yasa, A. A. (2020). Comparative Study: Penggunaan Media Sosial Oleh Pemerintah Kota Bandung Dan Kota Gold Coast. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1), 75-90.

¹¹ Sukarno, M., Winarsih, A. S., Wijaya, H. H., & Cahyani, P. S. (2021). Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial: Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah. *Journal Of Social Politics And Governance (JSPG)*, 3(1), 12-22.

sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik, Kominfo Sleman perlu memperhatikan beberapa faktor penting, seperti keakuratan informasi yang disajikan, tata kelola informasi yang baik, serta responsif dalam menjawab pertanyaan dan masukan dari masyarakat. Sejauh ini, penggunaan media sosial oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman terbukti cukup efektif dalam meningkatkan akses dan transparansi informasi publik, serta memperbaiki citra instansi di mata masyarakat. Beberapa kegiatan yang telah dilakukan oleh Kominfo Sleman melalui akun Instagram @Kominfo_Sleman adalah mempromosikan kegiatan pemerintah, memberikan informasi layanan publik, menginformasikan perkembangan situasi terkini di wilayah Sleman, dan memberikan edukasi mengenai teknologi informasi dan komunikasi.

Meskipun begitu, penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik tidak serta-merta menjamin keberhasilan dalam memperbaiki citra instansi atau meningkatkan kualitas penyediaan informasi publik. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi dan penilaian terhadap kinerja penggunaan media sosial oleh Kominfo Sleman, sehingga dapat memberikan rekomendasi dan strategi yang efektif bagi instansi tersebut dalam memperbaiki citra instansi dan meningkatkan kualitas penyediaan informasi publik¹². Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan media sosial, khususnya

¹² Yovinus, Y. (2018). Peran Komunikasi Publik Media Sosial Dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik Di Kota Bandung. *Academia Praja: Jurnal Ilmu Politik, Pemerintahan, Dan Administrasi Publik*, 1(01), 185-211.

Instagram, oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi publik dapat meningkatkan citra instansi di mata masyarakat.

Peneliti memilih Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sleman sebagai objek penelitian karena Dinas Kominfo menjadi salah satu badan public yang menerima penghargaan Monev Keterbukaan Informasi Publik KID DIY Tahun 2022 prestasi yang diperolehnya sebagai predikat informatif oleh KID DIY dalam Penyelenggaraan keterbukaan informasi publik.

Penyelenggaraan Keterbukaan Informasi Publik menjadi bukti bahwa Dinas Kominfo Kabupaten Sleman telah berupaya dalam melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat . Hal ini menunjukkan kesadaran dan komitmen dari pihak dinas dalam memastikan arus informasi yang berjalan dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Sangat pentingnya penyelenggaraan keterbukaan informasi publik ini dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Noor Hidayati Zakiyah Pramulani selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo Kabupaten Sleman menyampaikan bahwa Penghargaan Keterbukaan Informasi ini dilakukan

untuk mengapresiasi badan publik di Kabupaten Sleman yang dapat mencapai predikat informatif¹³

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka masalah yang ingin diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
Bagaimana pengelolaan media sosial Instagram pada Dinas Kominfo Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi publik dalam meningkatkan citra instansi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram pada Dinas Kominfo Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi publik dalam meningkatkan citra instansi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian ini adalah, sebagai sebuah pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam Bidang Publik Relation. Selain itu menjadi refrensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalami penelitian yang bersangkutan tentang pengelolaan

¹³ <https://www.infopublik.id/kategori/nusantara/674635/18-badan-publik-sleman-raih-predikat-informatif?video=>

media sosial instagram oleh Dinas Kominfo Sleman sebagai media penyebaran informasi publik dalam meningkatkan citra instansi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan juga evaluasi bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi publik dengan menggunakan media sosial instagram untuk meningkatkan citra instansi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Menurut Harmon Moleong, paradigma merupakan cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas. Berdasarkan pengertian-pengertian paradigma penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa paradigma penelitian merupakan akar bagi peneliti untuk mengkondisikan kerangka berpikirnya dalam melakukan penelitian terhadap masalah penelitiannya. Kerangka berpikir tersebut kemudian akan menuntun peneliti menuju konsep teori apa yang akan digunakan, pendekatan, metode, teknik, dan langkah-langkah analisis penelitian selanjutnya sehingga berkesinambungan¹⁴.

¹⁴ Muhamad, Kharis. (2019). Peranan Anggota Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Bara, Universitas Komputer Indonesia.

Penelitian ini berjudul "Pengelolaan Media Sosial pada Dinas Kominfo Kabupaten Sleman sebagai Media Penyebaran Informasi Publik dalam Meningkatkan Citra Instansi" dan menggunakan paradigma penelitian kualitatif dengan pendekatan konstruksionis. Peneliti memilih paradigma konstruksionis karena fokus penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan media sosial Instagram oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman memengaruhi citra instansi tersebut. Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial sebagai hasil konstruksi dari interaksi dan produksi makna antara instansi dan pengguna media sosial, yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis bagaimana penggunaan media sosial oleh instansi tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk, serta bagaimana konstruksi tersebut mempengaruhi citra instansi tersebut.

Selain itu, paradigma konstruksionis juga lebih tepat digunakan dalam penelitian kualitatif yang menitik beratkan pada makna dan data yang diperoleh melalui hasil pengamatan dan analisis dokumen. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui observasi dan analisis konten Instagram @Kominfo_Sleman akan digunakan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan media sosial pada citra instansi tersebut. Oleh karena itu, penggunaan paradigma konstruksionis dalam penelitian ini dapat membantu peneliti untuk memahami dan menjelaskan bagaimana

penggunaan media sosial oleh instansi dapat meningkatkan citra instansi di mata masyarakat dengan lebih baik.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu tindakan yang digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi masalah dan menentukan judul penelitian¹⁵. Menurut Sugiyono, metode penelitian merupakan tahapan ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan pengumpulan data secara mendalam dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dalam konteks tertentu. Peneliti sendiri menjadi instrumen utama dalam pengambilan sampel sumber data dan analisis data yang tidak melibatkan penggunaan statistik, namun lebih pada interpretasi data. Metode penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan strategi yang dipilih didasarkan pada keinginan agar penelitian ini mudah dipahami oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang status sebuah tema, gejala, atau keadaan yang ada pada saat penelitian dilakukan.

1.5.3 Subjek Dan Objek Penelitian

Pada dasarnya subjek penelitian merupakan narasumber atau informan dari suatu riset yang mana merupakan responden dari bagian yang dijadikan sebagai contoh dari suatu penelitian, sederhanya adalah

¹⁵ Sugiyono, D. (2010). Memahami Penelitian Kualitatif.

orang yang memberikan informasi tentang data yang ada pada suatu perusahaan atau instansi yang berkaitan dengan objek penelitian.

Untuk menentukan subjek penelitian, penulis menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan beberapa kriteria.

1. Informan yang memiliki kewenangan dalam mengambil keputusan mengenai kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman.
2. Informan yang memiliki kewenangan dalam bidang komunikasi publik Dinas Kominfo Sleman
3. Informan pengelolaan akun Ig Dinas Kominfo Sleman Humas

Berdasarkan kriteria di atas subjek dalam penelitian ini yaitu Kepala Dinas Kominfo Kabupaten Sleman, Kepala bidang Komunikasi publik, Pengelolaan akun Ig Dinas Kominfo Sleman dan Pegawai Bidang Hubungan Masyarakat Dinas Kominfo Sleman.

Objek penelitian ini adalah Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Dalam Meningkatkan Citra Instansi @kominfo_sleman.

1.6 Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan salah satu data yang mana diambil atau didapatkan langsung dari sumbernya, yang mana merupakan data

asli yang didapat peneliti di tempat penelitiannya data primer ini seperti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono merupakan kegiatan bertukar informasi atau gagasan yang dilakukan antara dua orang melalui kegiatan tanya jawab dalam membangun makna seputar permasalahan tertentu¹⁶. Kegiatan ini bertujuan mengumpulkan informasi yang berisi jawaban dari informan berkaitan dengan topik permasalahan yang akan digunakan sebagai pelengkap dari penelitian. Peneliti memilih untuk menggunakan wawancara semi terstruktur. Adapun wawancara ini peneliti pilih untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancara diminta pendapat ataupun ide-idenya. Dalam wawancara nantinya peneliti akan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada permasalahan yang diteliti yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara. Wawancara semi struktur juga dipilih sebab memungkinkan munculnya pertanyaan baru diluar panduan wawancara sebab munculnya pernyataan-pernyataan dari narasumber sehingga dapat dilakukan pendalaman lebih atas suatu informasi.

¹⁶ Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta. Hal. 231.

2. Observasi

Menurut Sugiyono, observasi adalah kegiatan yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dengan tujuan untuk merasakan dan memahami fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang telah diketahui sebelumnya¹⁷. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam melanjutkan penelitian. Observasi dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung, dalam hal ini adalah akun media sosial Instagram @Kominfo_Sleman dan media sosial lainnya yang digunakan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman untuk menyebarkan informasi publik. Peneliti melakukan pengamatan terhadap konten-konten yang dibagikan pada akun media sosial tersebut, seberapa sering informasi disampaikan, serta interaksi dengan pengguna media sosial.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, catatan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan mencari dan menelaah

¹⁷ Ni'matuzahroh, S., & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: teori dan aplikasi dalam psikologi* (Vol. 1). UMMPress

dokumen-dokumen yang terkait dengan objek penelitian¹⁸. Dalam penelitian ini, peneliti mencari dan menelaah media sosial yang dimiliki oleh Dinas Kominfo Kabupaten Sleman, khususnya media sosial Instagram. Dokumentasi dilakukan dengan mencatat informasi terkait seberapa sering pihak Dinas Kominfo Kabupaten Sleman menggunakan media sosial Instagram dan tanggal-tanggal penting terkait penggunaan media sosial tersebut.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang pernah diolah terlebih dahulu maupun data yang dikutip dari sumber lain oleh peneliti untuk gandaan informasi. Data sekunder ini berupa buku, jurnal, publikasi pemerintah, dan sumber lain yang mendukung.

1.7 Teknik Analisis Data

Menurut Miles & Huberman (1992: 16) analisis data terdiri dari alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.¹⁹ Mengenai ketiga alur secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

¹⁸Sudarsono, B. (2017). Memahami Dokumentasi. ACARYA PUSTAKA: Jurnal Ilmiah Perpustakaan Dan Informasi, 3(1), 47-65.

¹⁹ Miles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm. 16.

Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yakni: melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

2. Penyajian Data

Miles dan Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumplan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan, dan bagan semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan

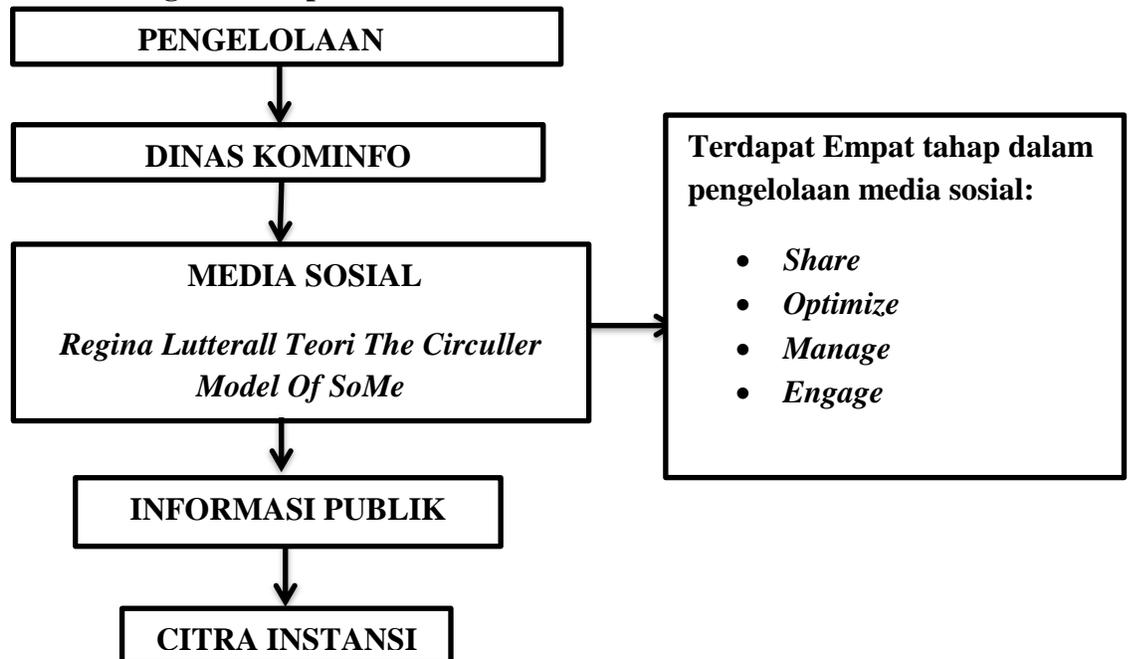
apakah menarik kesimpulan yang benar atautkah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajia yang sebagai sesuatu yang berguna.

3. Penarikan kesimpulan /Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan pemaknaan dari hasil analisis serta interpretasi data yang dilakukan oleh peneliti. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

1.8 Kerangka Konsep, Definisi Konsep Dan Definisi Operasiona

1.8.1 Kerangka Konsep



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep

1.8.2 Definisi Konsep

1. Pengelolaan

Dikutip dari buku pengelolaan pendidikan, pengelolaan berasal dari kata manajemen yang berarti mengatur, mengelola, menangani, serta membuat sesuatu dengan tujuan yang telah ditetapkan.²⁰ Pengelolaan adalah salah satu aspek penting yang harus direncanakan secara serius. Dalam membentuk sebuah organisasi atau lembaga pengelolaan harus bersifat

²⁰ Mustofa Abi Hamid, Pengelolaan Pendidikan. (Yayasan Kita Menulis: 2021 hal.2)

sistematis dan efisien agar membentuk tatanan yang baik serta efektif.

Dalam penelitian ini, pentingnya pentingnya pengelolaan khususnya pada media sosial dapat memberikan dampak yang baik atau buruk terhadap sebuah citra pada perusahaan. Oleh sebab itu, pada zaman yang serba teknologi sekarang ini, pentingnya tatanan pengelolaan media sosial dalam menyebarkan informasi pada suatu lembaga atau perusahaan harus jelas dan lebih terarah lagi.

2. Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo)

Adalah sebuah instansi pemerintah yang bertugas mengelola dan memfasilitasi bidang komunikasi dan informasi di suatu daerah. Tugas utama dinas ini meliputi penyelenggaraan komunikasi publik, pengelolaan informasi publik, pengawasan media massa, dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di daerahnya. Selain itu, dinas ini juga bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan media massa dan membangun citra positif instansi pemerintah di mata masyarakat.²¹

3. Media sosial (*The Circullar Model of SoMe*)

²¹ Ummi, P., & Frinaldi, A. (2020). Efektivitas e-office di dinas komunikasi dan informatika (kominfo) kabupaten pasaman barat dalam era governensi digital. *Journal homepage* <https://jsdmu@ejournal.unri.ac.id>, 1(1).

Merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Menurut teori ini media sosial dapat menciptakan suatu percakapan yang terus berkembang. Model *some* ini umumnya berbentuk melingkar dan saling berkaitan antara satu dengan yang lain, pada saat perusahaan berbagi (*sharing*) sesuatu kepada kahalayaknya, maka perusahaan tersebut juga dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan perusahaan dapat mengoptimalkan (*optimize*) pesan yang mereka buat kepada publik secara bersamaan.²² Teori *the circular mode of some* ini mempunyai 4 indikator yaitu:

1) *Share*

Pada tahap *share*, Luttrell (2015:14) yang harus diperhatikan, mulai dari *participate*, *connect*, dan *build trust*. Harus dipahami bahwa ketika melakukan sebuah upaya membagikan suatu pesan maka harus ikut berpartisipasi pada media sosial. Sehingga perusahaan harus memiliki media sosial sendiri untuk digunakan. Namun pada pemilihan media sosial tidak boleh sembarangan sehingga karakteristik media sosial yang akan dipilih juga penting untuk

²² Luttrell, Regina. (2016). *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*, Rwwan & Littlefield, Second Edition..

diperhatikan sebab setiap perusahaan atau instansi pasti mempunyai target sasaran komunikasi masing-masing agar ketika pengaktifasian media sosial sudah mempunyai nilai *share* maka perusahaan/ instansi dengan publik dapat terhubung sehingga tidak hanya jaringan mengenai informasi saja yang meluas namun akan terbangun juga kepercayaan publik.

2) *Optimize*

Pada tahap *optimize*, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu *listen* dan *learn*, dan *take part in authentic communications*. Saat perusahaan atau organisasi sudah membagikan (*share*) sebuah pesan pada media sosial maka publik yang akan menerima pesan atau informasi tersebut akan memberikan *feedback* dengan membicarakan subjek dengan hal yang positif atau pun tidak, sehingga perusahaan atau organisasi harus mendengarkan apa yang dibicarakan oleh publik mengenai mereka serta dapat memahami apa yang kurang dari pesan atau informasi yang telah disampaikan melewati media sosial

3) *Manage*

Pada tahap mengelola (*manage*) media sosial, Luttrell (2015:43) memaparkan tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu *media monitoring*, *real time interaction*,

dan quick response. Sebelumnya pada tahap mengoptimalkan (*optimize*) media sosial, subjek telah mengerti kondisi yang terjadi pada media sosial dan mengenai hal apa yang dibicarakan publik hal mengenai subjek tersebut saat mengikuti percakapan secara *real time*. Sehingga pada tahap mengelola (*manage*) media sosial harus dilakukan *media monitoring* terlebih dahulu agar subjek dapat memahami mengenai hal yang perlu diklarifikasi dan dapat merencanakan penanganan dengan baik dan tepat.

4) *Engage*

Pada tahap *engage*, dalam menyampaikan pesan atau informasi kedalam media sosial sebaiknya mengikutsertakan publik tertentu. Hal ini termaksud salah satu cara agar dapat meningkatkan *engagement* di media sosial. Pada tahap *engage* ini, perusahaan /organisasi harus benar-benar memahami target sasaran komunikasinya, kemudian siapa yang dapat menjadi *influencer* publiknya serta cara agar *influencer* dan publik dapat ikut berpartisipasi pada media sosialnya.

Dalam konteks ini, peneliti menggunakan teori the circular mode of some yang berkaitan dengan *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage* untuk mengetahui model

pengelolaan Instagram Dinas Kominfo Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi.

4. Informasi publik

Adalah segala informasi baik dalam bentuk data atau dokumen yang dibuat, diterima, dipegang, atau dikuasai oleh lembaga publik yang berkaitan dengan kepentingan publik dan wajib untuk diakses dan didapatkan oleh masyarakat. Informasi publik meliputi informasi yang dihasilkan atau dimiliki oleh instansi pemerintah, badan usaha milik negara, maupun badan hukum yang pendanaannya bersumber dari APBN atau APBD. Dalam konteks pemerintahan, informasi publik penting untuk memastikan akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi publik dalam pengambilan kebijakan serta pelayanan publik.²³

5. Citra instansi

Dapat diartikan sebagai persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak masyarakat tentang sebuah institusi atau lembaga pemerintah. Citra instansi mencakup seluruh aspek dari kebijakan, program, layanan, tindakan dan sikap yang diambil oleh instansi tersebut dalam berinteraksi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Citra instansi yang positif dapat mempengaruhi opini publik dan meningkatkan kepercayaan

²³ Febriananingsih, N. (2012). Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 1(1), 135-156.

masyarakat terhadap instansi tersebut, sehingga akan berdampak pada efektivitas kinerja instansi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sebaliknya, citra instansi yang negatif dapat menurunkan kepercayaan masyarakat dan menyebabkan sulitnya instansi tersebut dalam menjalankan tugas-tugasnya.²⁴

²⁴ Putri, D. I. (2012). Pengaruh kualitas layanan dan citra instansi terhadap keputusan pembelian (Studi Korelasi tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Instansi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pelayanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan.

5.8.3 Definisi Operasional

Dalam konteks penelitian ini peneliti menggunakan teori dari Regina Lutteral yaitu *The circular Model Of Some* yang berkaitan dengan *share, optimize, manage, dan engage* untuk mengetahui model pengelolaan instagram Dinas Koimnfo Kabupaten Sleman sebagai media penyebaran informasi kepada khalayak dalam meningkatkan citra instansi. Ada empat tahap yang digunakan Dinas Kominfo Kab. Sleman dalam menyebarkan informasi publik dalam meningkatkan citra instansi

a) *The circullar Model Of SoMe*

1. Tahap *Share* (Membagikan)

Pada tahap ini informasi yang ingin di sampaikan Dinas Kominfo kepada masyarakat berupah program terkini, pencapaian, berita atau infromasi yang penting untuk disebarluaskan kepada khalayak. dinas kominfo juga sebagai komunikator harus mempunyai strategi ketika menyebarkan informasi kepada publik dengan menggunakan media sosial sehingga komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Dalam hal ini dinas kominfo kab.sleman menekankan ada 3 hal yang harus di perhatikan dalam memanfaatkan media sosial Intagram yaitu:

a. *Participate*

Dinas kominfo kab.sleman berpartisipasi secara langsung ketika berko munikasi dengan publiknya melalui media sosial dan bagaimana dinas kominfo kab.sleman membuat konten

melalui media sosial instagram, agar agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

b. *Connect*

Dalam tahap share, Dinas kominfo kab.sleman menjalin hubungan yang baik dengan khalayak melalui media sosial intagram seperti membalas komentar dari postingan yang diunggah. Selain itu Dinas Kominfo juga membuat postingan semenarik mungkin agar menarik perhatian kalayak sehingga postingan yang dibuat dapat di-repost oleh khalayak.

c. *Build Trust*

Dalam pengeloan media sosial instagram dinas kominfo akan membangun kepercayaan pada khalayak. setelah terhubung dengan khalayak, kemudian akan muncul kepercayaan, dimana khalayak percaya bahwa instansi benar-benar dapat dipercaya keadanya. Dalam membangun kepercayaan, ada beberapa cara yang dilakukan yaitu:

2. *Optimize* (Optimalisasi)

Pada tahap optimalisasi ini ada bebarapa hal yang akan digali mengenai pemanfaatan media sosial dinas kominfo kab.sleman, yaitu:

a. *Listen dan Learn*

Pada tahap listen dan learn ini adalah cara dinas kominfo kab.sleman mengetahui apa yang sedang dibicarakan oleh publiknya. Dinas kominfo kab.sleman mengetahui apa yang

dibicarakan oleh publiknya dengan menggunakan fitur yang ada di instagram yaitu melalui pesan yang masuk ke direct message dan melihat komentar-komentar yang masuk ke akun instagram @koinfo_sleman.tidak hanya melalui pesan yang masuk ke direct message. Dinas koinfo sleman pun melihat dari hastag yang biasa di gunakan oleh dinas koinfo sleman #KoinfoSleman dari situ dinas koinfo sleman dapat mengetahui apa yang sedang dibicarakan oleh khalayaknya.

b. Take Part In Authentic Conversation

Pada poin ini, dinas koinfo kab.sleman mempunyai cara apabila followersnya ada yang bertanya atau memberikan kritik dan saran dinas koinfo tidak pernah membuat suatu topik untuk di bicarakan secara bersama-sama jadi dinas koinfo hanya mengandalkan apabila ada yang bertanya kepada akun instagram @koinfo_sleman di kolom komentar. Ketika publik ada yang bertanya atau memberikan kritik dan saran lalu ditanggapi dengan baik oleh dinas koinfo kab.sleman itu akan membuat citra yang baik dimata publik.

3. *Manage (Mengelola)*

Pada tahap ini bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik. Ada beberapa hal yang akan digali mengenai pemanfaatan media sosial Dinas Koinfo Kab.Sleman, Yaitu:

a. *Media Monitoring*

Pada poin pertama dalam tahap manage yaitu cara kerja dinas kominfo kab.sleman dalam media monitoring. Dinas kominfo sleman menggunakan fitur insight. Fitur insight ini sangat membantu instagram dalam melakukan media monitoring karena dalam fitur difasilitasi intagram itu kita akan dapat melihat pertumbuhan followers, range usia followers, lokasi followers sehingga post yang memiliki like dan komentar paling banyak. selain menggunakan fitur insight. Dinas kominfo sleman juga melakukan media monitoring dengan cara melihat post-an dari publiknya yang menggunakan hastag yang biasa digunakan pada akun @kominfo_sleman.

b. *Quick Response*

Upaya yang dilakukan oleh dinas kominfo kab.sleman dalam pengelolaan media sosial instagram adalah dengan mengawasi atau selalu online akun instagram setiap hari. Dinas kominfo kab.sleman juga mengaktifkan pemberitahuan, sehingga jika ada aktivitas terbaru ada yang masuk kedalam akun instagram @kominfo_sleman dapat langsung di respon oleh dinas kominfo kab.sleman.hal terakhir dalam upaya dinas kominfo kab.sleman memebrikan respon yang cepat dalam pemanfaatn media sosial instagram terhadap publiknya adalah

dengan membalas pesan yang masuk melalui direct message sesuai urutan waktu yaitu dari bawah terlebih dahulu.

c. Real-Time Interaction

Dinas kominfo kab.sleman melakukan interaksi yang sebenarnya dengan khalayaknya adalah dengan cara melakukan live atau siaran langsung yang saat ini sudah ditambahkan dalam fitur instagram. Fitur live digunakan oleh dinas kominfo kab.sleman untuk mengabdikan kegiatan yang dilakukan oleh dinas kominfo saat sedang mengadakan kegiatan. Saat live semua orang yang menjadi follower maupun tidak dapat menonton live yang dilakukan oleh dinas kominfo kab.sleman . saat live berlangsung penonton dapat memberikan komentar dan dapat langsung direspon oleh admin dari akun instagram @kominfo_sleman interaksi yang terjadi saat live berlangsung adalah cara dinas kominfo melakukan interaksi secara langsung dalam waktu yang sebenarnya.

4. *Engage* (Melibatkan)

Pada tahap ini, dinas kominfo selalu menjalin hubungan yang baik dengan para khalayak karena khalayak sangat penting dalam dalam membangun sebuah citra instansi.

- a. Informasi Publik merupakan segala informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik dan dapat diakses oleh masyarakat

secara bebas, mudah, dan terbuka. Informasi publik mencakup segala bentuk informasi yang berada dalam penguasaan atau kendali pemerintah atau badan usaha yang melayani kepentingan publik. Konsep informasi publik didasarkan pada prinsip bahwa masyarakat berhak mengetahui informasi yang berkaitan dengan kepentingan publi, dan bahwa akses terhadap informasi tersebut penting untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan²⁵.

- b. Citra sebuah instansi merujuk pada persepsi atau penilaian yang dibentuk oleh masyarakat terhadap suatu instansi pemerintah atau organisasi yang berhubungan dengan pemerintah. Banyak faktor yang mempengaruhi citra instansi tersebut, seperti kinerja, pelayanan, transparansi, kejujuran, dan integritas. Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mempengaruhi keberhasilan program atau kebijakan yang dijalankan oleh instansi tersebut²⁶. Oleh karena itu, penting bagi dinas kominfo sleman untuk memperhatikan dan meningkatkan citra instansinya dengan cara yang tepat, termasuk melalui pemanfaatan media

²⁵ Febriananingsih, N. (2012). Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 1(1), 135-156

²⁶ Putri, D. I. (2012). Pengaruh kualitas layanan dan citra instansi terhadap keputusan pembelian (Studi Korelasi tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Instansi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pelayanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan

sosial sebagai sarana pen yampaian informasi publik dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat.